

2020-2026年中国宠物食品 市场前景研究与市场前景预测报告

报告目录及图表目录

中国产业研究报告网 编制
www.chinairr.org

一、报告报价

《2020-2026年中国宠物食品市场前景研究与市场前景预测报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.chinairr.org/report/R07/R0704/202003/02-337185.html>

产品价格：纸介版9800元 电子版9800元 纸介+电子10000元

订购电话: 400-600-8596 010-80993936

传真: 010-60343813

网址: <http://www.chinairr.org>

Email: sales@chyxx.com

联系人：刘老师 陈老师 谭老师

特别说明：本PDF目录为计算机程序生成，格式美观性可能有欠缺；实际报告排版规则、美观。

二、说明、目录、图表目录

2019年中国宠物市场人均单只宠物年消费金额5016元，其中狗宠物人均单只年消费5580，猫宠人均单只年消费4311元。2019年的消费金额相比2017年有所增加。食品消费品种比较集中，干粮占比近8成，远超过占比第二的零食。自制食品、湿粮、保健品购买比例相当，均在三成左右。各类型狗食品消费占比%。购买零食的猫主人中，超八成购买肉干/鱼干，其次为猫薄荷和猫草。猫条和猫布丁占比相当。各类型猫食品消费占比%。

中国产业研究报告网发布的《2020-2026年中国宠物食品市场前景研究与市场前景预测报告》共十二章。首先介绍了中国宠物食品行业市场发展环境、宠物食品整体运行态势等，接着分析了中国宠物食品行业市场运行的现状，然后介绍了宠物食品市场竞争格局。随后，报告对宠物食品做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国宠物食品行业发展趋势与投资预测。您若想对宠物食品产业有个系统的了解或者想投资中国宠物食品行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

本研究报告数据主要采用国家统计局数据，海关总署，问卷调查数据，商务部采集数据等数据库。其中宏观经济数据主要来自国家统计局，部分行业统计数据主要来自国家统计局及市场调研数据，企业数据主要来自于国家统计局规模企业统计数据库及证券交易所等，价格数据主要来自于各类市场监测数据库。

报告目录：

第一章国内宠物食品行业品牌发展环境分析

第一节产品定义与分类

第二节政策环境特征

一、国家宏观调控政策分析

二、宠物食品行业相关政策分析

第三节宠物食品行业竞争特征

一、国内外品牌竞争格局

二、行业进入壁垒分析

三、可替代品威胁分析

四、贴牌加工产品市场威胁分析

第二章国内宠物食品行业品牌产品市场规模分析

第一节2010-2019年宠物食品市场规模分析

第二节2019年我国宠物食品区域结构分析

第三节宠物食品区域市场规模分析

- 一、东北地区市场规模分析
- 二、华北地区市场规模分析
- 三、华东地区市场规模分析
- 四、华中地区市场规模分析
- 五、华南地区市场规模分析
- 六、西部地区市场规模分析

第三章国内宠物食品所属行业品牌需求与消费者偏好调查

第一节2010-2019年宠物食品消费情况分析 猫狗市场中的食品消费方面，狗以干粮为主，零食为辅；猫则是干粮、湿粮和零食位列前三位。在猫狗食品消费占比最高的主粮消费中，一二线城市的宠物主更舍得为宠物花钱买主粮。不同年龄猫主人零食消费金额 不同城市猫主人零食消费金额

第二节2010-2019年国内宠物食品行业品牌产品价格走势分析

第三节宠物食品产品目标客户群体调查

- 一、不同收入水平消费者偏好调查
- 二、不同年龄的消费者偏好调查
- 三、不同地区的消费者偏好调查

第四节宠物食品产品的品牌市场调查

- 一、消费者对宠物食品品牌认知度宏观调查
- 二、消费者对宠物食品产品的品牌偏好调查
- 三、消费者对宠物食品品牌的首要认知渠道
- 四、消费者经常购买的品牌调查
- 五、宠物食品品牌忠诚度调查
- 六、宠物食品品牌市场占有率调查
- 七、消费者的消费理念调研

第五节不同客户购买相关的态度及影响分析

- 一、价格敏感程度
- 二、品牌的影响
- 三、购买方便的影响
- 四、广告的影响程度
- 五、包装的影响程度

第四章国内宠物食品所属行业品牌产品市场供需渠道分析

第一节销售渠道特征分析

- 一、供需渠道定义
- 二、供需渠道格局
- 三、供需渠道形式
- 四、供需渠道要素对比

第二节销售渠道对宠物食品行业品牌发展的重要性

第三节宠物食品行业销售渠道的重要环节分析

- 一、批发商
- 二、零售商
- 三、代理商

第四节销售渠道发展趋势分析

- 一、渠道运作趋势发展
- 二、渠道支持趋势发展
- 三、渠道格局趋势发展
- 四、渠道结构扁平化趋势发展

第五节销售渠道策略分析

- 一、直接渠道或间接渠道的营销策略
- 二、长渠道或短渠道的营销策略
- 三、宽渠道或窄渠道的营销策略
- 四、单一销售渠道和多销售渠道策略
- 五、传统销售渠道和垂直销售渠道策略

第五章国内宠物食品所属行业进出口市场情况分析

第一节2010-2019年国内宠物食品行业进出口量分析

- 一、2010-2019年国内宠物食品行业进口分析
- 二、2010-2019年国内宠物食品行业出口分析

第二节2020-2026年国内宠物食品行业进出口市场预测分析

- 一、2020-2026年国内宠物食品行业进口预测
- 二、2020-2026年国内宠物食品行业出口预测

第六章国内宠物食品行业优势品牌企业分析

第一节玛氏皇家

- 一、公司及产品概况
- 二、品牌发展历程
- 三、企业销售收入分析
- 四、企业盈利能力分析
- 五、公司产品变化
- 六、品牌市场份额变化
- 七、公司品牌竞争策略

第二节好主人

- 一、公司及产品概况
- 二、品牌发展历程
- 三、企业销售收入分析
- 四、企业盈利能力分析
- 五、公司产品变化
- 六、品牌市场份额变化
- 七、公司品牌竞争策略

第三节河北荣喜宠物食品有限公司

- 一、公司及产品概况
- 二、品牌发展历程
- 三、企业销售收入分析
- 四、企业盈利能力分析
- 五、公司产品变化
- 六、品牌市场份额变化
- 七、公司品牌竞争策略

第四节上海诺瑞宠物用品有限公司

- 一、公司及产品概况
- 二、品牌发展历程
- 三、企业销售收入分析
- 四、企业盈利能力分析
- 五、公司产品变化
- 六、品牌市场份额变化

七、公司品牌竞争策略

第五节珍宝宠物

一、公司及产品概况

二、品牌发展历程

三、企业销售收入分析

四、企业盈利能力分析

五、公司产品变化

六、品牌市场份额变化

七、公司品牌竞争策略

第七章国内宠物食品行业品牌竞争格局分析

第一节宠物食品行业历史竞争格局概况

一、宠物食品行业集中度分析

二、宠物食品行业竞争程度分析

第二节宠物食品行业企业竞争状况分析

一、领导企业的市场力量

二、其他企业的竞争力

第三节2020-2026年国内宠物食品行业品牌竞争格局展望

第八章2020-2026年国内宠物食品行业品牌发展预测

第一节2020-2026年宠物食品行业品牌市场财务数据预测

一、2020-2026年宠物食品行业品牌市场规模预测

二、2020-2026年宠物食品行业总产值预测

三、2020-2026年宠物食品行业利润总额预测

四、2020-2026年宠物食品行业总资产预测

第二节2020-2026年宠物食品行业供需预测

一、2020-2026年宠物食品产量预测

二、2020-2026年宠物食品需求预测

三、2020-2026年宠物食品供需平衡预测

四、2020-2026年主要宠物食品产品进出口预测

第三节影响宠物食品行业发展的主要因素

一、2020-2026年影响宠物食品行业运行的有利因素分析

- 二、2020-2026年影响宠物食品行业运行的稳定因素分析
- 三、2020-2026年影响宠物食品行业运行的不利因素分析
- 四、2020-2026年我国宠物食品行业发展面临的挑战分析
- 五、2020-2026年我国宠物食品行业发展面临的机遇分析
- 第四节宠物食品行业投资风险及控制策略分析
 - 一、2020-2026年宠物食品行业市场风险及控制策略
 - 二、2020-2026年宠物食品行业政策风险及控制策略
 - 三、2020-2026年宠物食品行业经营风险及控制策略
 - 四、2020-2026年宠物食品行业技术风险及控制策略
 - 五、2020-2026年宠物食品行业同业竞争风险及控制策略
 - 六、2020-2026年宠物食品行业其他风险及控制策略

第九章国内宠物食品行业总结及企业经营战略建议

第一节2020-2026年宠物食品行业企业的资本运作模式

- 一、宠物食品行业企业国内资本市场的运作建议
- 二、宠物食品行业企业海外资本市场的运作建议

第二节2020-2026年宠物食品行业企业营销模式建议

- 一、宠物食品行业企业的国内营销模式建议
- 二、宠物食品行业企业海外营销模式建议

第三节宠物食品行业投资价值分析

- 一、2020-2026年宠物食品市场趋势总结
- 二、2020-2026年宠物食品发展趋势分析
- 三、2020-2026年宠物食品市场发展空间
- 四、2020-2026年宠物食品产业政策趋向
- 五、2020-2026年宠物食品技术革新趋势
- 六、2020-2026年宠物食品价格走势分析

第四节宠物食品市场的重点客户战略实施

- 一、实施重点客户战略的必要性
- 二、合理确立重点客户
- 三、对重点客户的营销策略

图表目录：

图表1：宠物食品分类

图表2：2009-2019年国内生产总值及增长率

图表3：2019年CPI、PPI走势

图表4：2019年食品工业固定资产投资情况

图表5：2011-2019年国内宠物食品消费额

图表6：宠物食品区域结构占比图

图表7：2010-2019年中国宠物食品消费量统计

图表8：2010-2019年国内宠物食品行业品牌产品平均价格（元/千克）

图表9：不同收入水平消费者对宠物食品偏好情况

图表10：不同年龄的消费者宠物食品偏好情况

图表11：不同地区的消费者对宠物食品偏好情况

图表12：消费者对宠物食品品牌的首要认知渠道

图表13：消费者经常购买的品牌调查

图表14：宠物食品品牌忠诚度调查

图表15：2019年宠物食品市场企业市场占有率

图表16：宠物食品销售渠道

图表17：宠物食品企业营销渠道

图表18：宠物食品销售渠道结构

图表19：代表企业销售渠道特点

图表20：长渠道和短渠道代表性企业

图表21：宠物食品市场主要投资运作策略

图表22：2010-2019年国内宠物食品进口量及增长率

图表23：2010-2019年国内宠物食品进口金额及增长率

图表24：2010-2019年国内宠物食品出口量及增长率

图表25：2010-2019年国内宠物食品出口金额及增长率

图表26：2020-2026年国内宠物食品进口量及增长率预测

图表27：2020-2026年国内宠物食品出口金额及增长率预测

图表28：2020-2026年国内宠物食品出口量及增长率预测

图表29：2020-2026年国内宠物食品出口金额及增长率预测

图表30：玛氏皇家宠物食品有限公司发展历程

更多图表见正文.....

详细请访问：<http://www.chinairr.org/report/R07/R0704/202003/02-337185.html>